

# HUBUNGAN KUALITAS KONTEN CHANNEL YOUTUBE GADGETIN TERHADAP KEPUASAN VIEWERS KONTEN GADGET

Boyke Wenno<sup>1</sup> & Santi Delliana<sup>2</sup>

(anastasia.santi@kalbis.ac.id<sup>2</sup>)

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis

---

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi selalu berkembang seiring berkembangnya zaman dan tentunya kebutuhan info tentang teknologi juga dibutuhkan. Fenomena penjualan handphone murah di Indonesia masih marak terjadi. Hal tersebut makin dikuatkan dengan adanya dua kasus terakhir pada tahun 2020 yang berkaitan dengan fenomena tersebut, yaitu kasus import barang ilegal berupa handphone yang dilakukan oleh Pstore yang bisa dijual murah di Indonesia dan kasus penipuan pembelian handphone secara pre order yang dilakukan oleh Grab Toko dengan harga murah padahal produk yang dibeli tidak pernah ada. Channel youtube Gadgetin dengan kontennya memperlihatkan kepada khalayak agar berhati-hati dan waspada dalam membeli handphone dengan harga murah. Dalam studi ini, paradigma positivistik, serta pendekatan kuantitatif, digunakan. Ini adalah jenis penelitian eksplanatori yang menggunakan Teori Uses and Gratification untuk membantu menjelaskan mengapa sesuatu terjadi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan penyebaran kuesioner tertutup kepada 400 responden, dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas menggunakan teknik Pearson's Correlation dan Cronbach Alpha. Selanjutnya dilakukan analisis data dengan bantuan Uji Koefisien Korelasi dan Analisis Regresi Linier Sederhana. Menurut temuan penelitian, terdapat korelasi 80,3 persen antara kualitas konten gadget di kanal YouTube "Saya coba belanja ponsel murah di Instagram" dengan kepuasan penonton terhadap konten gadget. Sisanya 19,7 persen dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** gadget, kepuasan viewers, konten youtube, uses and gratifications

---

## I. PENDAHULUAN

Media baru merupakan sebuah media yang berbasis internet dalam penggunaannya, serta membutuhkan perangkat pendukung seperti komputer dan *smartphone* untuk dapat mengaksesnya. Media baru ini muncul karena adanya penggabungan dua hal penting yang menimbulkan perubahan, yaitu satelit dan komputer. Sebagai mesin komunikasi yang mampu melakukan digitalisasi, komputer dan kemampuannya sebagai produsen informasi memungkinkan semua jenis informasi diproduksi secara efisien dan saling bercampur.

Media sosial adalah wadah atau sebagai alat bantu yang memungkinkan seseorang menyampaikan sebuah informasi atau berita

kepada individu atau sekelompok individu untuk mencapai tujuan tertentu. Media sosial memperlihatkan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Selain itu, Nasrullah (2016) juga mengatakan bahwa media sosial merupakan medium dari internet yang memberi akses bagi penggunanya untuk dapat melakukan perkenalan diri, berinteraksi dengan pengguna media sosial aktif lain, saling berbagi, bahkan bisa membentuk ikatan sosial yang semuanya dilakukan secara virtual.

Penelitian ini, berfokus kepada konten kanal youtube Gadgetin, karena sebuah kanal youtube yang berfokus membuat konten dibidang teknologi dan gadget. YouTube salah satu sarana media

sosial yang dapat bertukar informasi, mendapatkan hiburan yang dapat diakses secara mudah dan cepat (Luviani & Delliana, 2020). Fenomena penjualan handphone murah di Indonesia masih marak terjadi. Hal tersebut makin dikuatkan dengan adanya dua kasus terakhir pada tahun 2020 yang berkaitan dengan fenomena tersebut, yaitu kasus import barang ilegal berupa handphone yang dilakukan oleh Pstore yang bisa dijual murah di Indonesia dan kasus penipuan pembelian handphone secara pre order yang dilakukan oleh Grab Toko dengan harga murah padahal produk yang dibeli tidak pernah ada.

*Channel youtube Gadgetin* dengan salah satu kontennya yang berjudul “saya nyoba belanja hp murah di Instagram” membahas tentang bahayanya *handphone* yang dijual dengan harga yang tidak masuk di akal. Dalam konten tersebut membahas tentang fenomena *handphone* murah yang penjualannya marak di Indonesia. David selaku konten kreator *channel youtube Gadgetin* berbagi informasi, pengalaman dan testimoni kepada para *viewers* kontennya untuk berhati-hati agar tidak mudah tergiur dengan *handphone* murah. Atas dasar latar belakang tersebut yang menjadi pemicu bagi penulis untuk membuat penelitian karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul: kualitas konten *channel youtube Gadgetin* terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget*.

Penelitian ini mempunyai rumusan masalah, yaitu “Adakah pengaruh konten *channel youtube Gadgetin* terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget*?” dan “Seberapa besar pengaruh konten *channel youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget*?”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah konten *channel youtube Gadgetin* "saya nyoba belanja hp murah di instagram" dapat memberikan

pengaruh terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget* dalam memenuhi kebutuhannya terkait *handphone* murah supaya berhati-hati agar tidak mudah tergiur dan juga mengetahui seberapa besar pengaruh konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram.”

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Pola berpikir ini berusaha mengungkap realitas yang ada dan proses terjadinya realitas itu. Meskipun suatu kenyataan atau fakta datang dari luar kesadaran seseorang, dalam penelitian positivisme, kebenaran ditanyakan langsung oleh peneliti kepada seseorang yang dikenal sebagai responden untuk mengungkapkan kebenaran dalam penelitian tersebut. Maka dari pengertian tersebut, penerapan paradigma positivistik dalam penelitian ini sebagai landasan karena tingkat kepuasan merupakan bentuk nyata yang terjadi pada individu terhadap sikap menilai yang terjadi pada media sosial.

Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini digunakan. Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan suatu masalah, dan hasil penyelidikan dapat digeneralisasikan di masa yang akan datang. Penelitian kemudian berfokus pada keluasan data sehingga temuan penelitian dapat dianggap mewakili seluruh populasi. Data dalam penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kuantitatif ini didominasi oleh angka-angka yang akan diolah dan dihitung secara statistik.

Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang disebar kepada responden yang memenuhi karakteristik yang telah ditentukan pada

penelitian ini untuk menjawab pertanyaan yang sudah disediakan oleh peneliti. Kemudian data responden dihitung untuk mendapatkan hasil agar bisa menarik kesimpulan. Metode survei merupakan sebuah metode yang digunakan untuk jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan berjenis eksplanatif. Tujuan dari penelitian berjenis eksplanatif untuk mencari hubungan sebab akibat yang terdapat pada penelitian ini antara variabel X, yaitu kualitas konten *channel youtube Gadgetin* terhadap variabel Y, yaitu kepuasan *viewers* konten *gadget*.

Dalam definisi operasional menjelaskan bahwa masing-masing variabel memiliki sebuah definisi. Variabel merupakan sebuah bagian dari konsep operasional yang berguna sebagai alat ukur dan juga sebagai jembatan antara teori dan objek penelitian. Menurut Kriyantono (2020, p. 130). Definisi operasional atau konsep merupakan sebuah tahap bagaimana cara menjabarkan sebuah konsep serta memberikan nilai-nilai dan berbagai ukuran pada konsep agar konsep tersebut dapat diteliti dan diukur. Mengoperasionalkan sebuah konsep sama dengan menjabarkan lagi lebih rinci sebuah konsep berdasarkan parameter dan berbagai indikator. Maka dari itu, hasil dari sebuah konsep dan pemikiran yang disusun adalah sebuah variabel. Variabel merupakan suatu indikator atau nilai yang bisa diukur.

Lokasi dan waktu yang diterapkan pada penelitian ini yaitu pengambilan sampel pada media sosial *youtube*. Responden yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu *viewers* konten *channel youtube Gadgetin* pada konten “saya nyoba belanja hp murah di Instagram”. Penelitian dilaksanakan antara bulan September 2020 sampai dengan waktu yang ditentukan pada tahun takwim 2021. Penelitian dilakukan di tempat tinggal peneliti di Bekasi yang merupakan lokasi yang strategis.

Suatu area yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti dan dari mana kesimpulan dapat ditarik disebut sebagai populasi. Dengan demikian, yang dimaksud dengan ludes tidak hanya individu tetapi juga benda benda alam dan benda benda buatan. Selain itu, populasi tidak hanya terdiri dari jumlah orang yang memiliki akses terhadap objek dan subjek penelitian, tetapi juga karakteristik dan sifat yang dimiliki subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2017, p. 80).

Pada penelitian ini, populasi yang ditentukan yaitu:

- a) Unit analisis penelitiannya individu
- b) Identitas populasi dalam unit analisis penelitian yaitu *viewers* konten *channel youtube Gadgetin* pada konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram” (11 juta *viewers* per 11 Februari 2021)

Dalam hal ukuran dan karakteristik populasi, sampel adalah komponennya. Sampel yang diambil dari populasi dapat digunakan untuk melengkapi temuan peneliti jika populasinya besar dan tidak mungkin peneliti meneliti setiap anggota populasi, misalnya karena kekurangan dana, tenaga, atau waktu. bagian mereka (Sugiyono, 2017, p. 81).

Diputuskan untuk menggunakan non-probability sampling sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini karena merupakan teknik purposive sampling. Selanjutnya, metode ini digunakan karena sampel ditentukan oleh seperangkat kriteria, yaitu sebagai berikut:

1. Berusia 15-35 tahun
2. Pernah nonton konten *channel youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram”

Dalam menetapkan ukuran sampel yang akan digunakan, peneliti menerapkan Rumus Slovin,  $n = 399,9$  (dibulatkan menjadi 100) maka  $n$  yang digunakan yaitu 400 responden.

Teknik pengumpulan data ditentukan berdasarkan paradigma yang diterapkan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivistik, dan mengambil pendekatan kuantitatif. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner untuk mengumpulkan informasi. Peneliti menggunakan kuesioner bersamaan dengan teknik pengumpulan data untuk data primer, dan untuk data sekunder peneliti juga menggunakan kuesioner. Saat mengumpulkan data, kuesioner digunakan untuk memberi responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang telah disiapkan dan ditulis dengan cermat sebelum dibagikan kepada mereka untuk diselesaikan (Sugiyono, 2019, p. 219).

Kuesioner diklasifikasikan menjadi dua kategori: kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka dirancang dengan pemahaman bahwa responden bebas menjawab pertanyaan sesuai dengan preferensi pribadinya. Kuesioner tertutup dirancang dengan pemahaman bahwa responden hanya dapat memilih dari opsi yang telah disediakan oleh peneliti, sedangkan kuesioner terbuka dirancang dengan pemahaman bahwa responden dapat memilih dari salah satu opsi (Kriyantono, 2020, pp. 245–246). Kuesioner yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu kuesioner tertutup, agar responden memilih jawaban berdasarkan pengalaman atau realita yang telah dirasakan sebelumnya. Skala pengukuran instrumen yang digunakan untuk menilai sikap seseorang terhadap suatu objek dikembangkan dengan menggunakan skala

Likert sebagai bagian dari penelitian ini. Untuk setiap pernyataan terdapat jawaban terkait yang menyatakan dukungan atau sikap, yang dilambangkan dengan kata sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Peneliti memperoleh data yang didapatkan dari *channel youtube Gadgetin* pada salah satu vidionya yang berjudul “saya nyoba belanja hp murah di instagram” melalui [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Peneliti memperoleh data dan juga informasi dari berbagai referensi, antara lain buku, *e-journal*, *e-book*, dan *website* untuk membantu proses penelitian dan juga menyempurnakan penyusunan kuesioner dalam penelitian. Uji validitas merupakan suatu Teknik sebagai alat ukur dan penentuan digunakan atau tidaknya kuesioner untuk pengumpulan data merupakan tujuan dari penelitian ini. Pengujian data melalui uji validitas menggunakan teknik *product-moment* dari Pearson. Jika alat ukur yang digunakan memiliki korelasi yang cukup tinggi dengan data, maka data tersebut dapat dinyatakan valid.

Menurut Masrun (Sugiyono, 2017, p. 133) hal ini menunjukkan bahwa suatu item memiliki validitas yang cukup jika memiliki tingkat korelasi yang tinggi dengan skor total, dan tingkat korelasinya cukup tinggi. Dengan menggunakan teknik korelasi *product-moment* dari Pearson, akan memungkinkan untuk menentukan validitas penelitian setelah data dikumpulkan.

Uji reliabilitas adalah tes terhadap kemampuan alat ukur untuk melakukan seperti yang diharapkan. Pengertian selengkapnya yaitu untuk mengetahui sejauh apa hasil pengukuran pada objek yang sama dan akan tetap mengeluarkan hasil yang sama (Sugiyono, 2017, p. 193).

Kuesioner bisa dikatakan reliable apabila nilai  $r$  alpha positif lalu nilai  $r$  alpha lebih besar dari 0.6 (Siregar, 2013, p. 57). Teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk menentukan reliabilitas data dalam penelitian ini.

Penelitian ini menerapkan statistik koefisien korelasi *pearson's* guna menganalisis antar variabel. Metode ini berfungsi untuk mengetahui tingkat hubungan dan untuk menguji hipotesis hubungan antar variabel, data serta skala interval. Metode ini tidak mempertimbangkan dahulu apakah variabel memiliki ketergantungan terhadap variabel yang lain (Kriyantono, 2020, p. 334). Dalam kebanyakan kasus, analisis regresi digunakan ketika mencoba untuk menentukan hubungan antara dua variabel. Analisis regresi biasanya digunakan jika terdapat dua variabel, yaitu ketika ada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Y). Dalam penelitian ini, peneliti memilih analisis regresi linier langsung dengan variabel X sebagai variabel terikat “pengaruh konten *channel youtube Gadgetin*” dan variabel Y “tingkat kepuasan penonton”.

Uji-T, juga dikenal sebagai pengujian hipotesis, merupakan salah satu pengujian yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui benar tidaknya hubungan antara variabel X dan Y. Hasil nilai t-hitung dapat dibandingkan dengan hasil nilai t-tabel, yaitu bagaimana pengujian hipotesis dilakukan.

- Nilai t-hitung  $>$  t-tabel =  $H_a$  diterima,  $H_o$  ditolak
- Nilai t-hitung  $<$  t-tabel =  $H_a$  ditolak,  $H_o$  diterima

Apabila data dikumpulkan dengan menggunakan skala Likert, maka uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji-t, yang digunakan untuk mengetahui hasil hipotesis.

### III. PEMBAHASAN

Banyak sekali konten tersedia di *youtube* yang berasal dari berbagai konten kreator, salah satunya adalah konten *gadget*. Konten *gadget* adalah sebuah konten yang isinya membahas tentang apa saja yang berkaitan dengan *gadget*. Banyak sekali konten kreator membuat konten tersebut dengan tema *review gadget*, *unboxing gadget*, atau berbagi informasi, testimoni, pengalaman, serta hiburan yang masih berkaitan dengan *gadget*. Kehidupan keseharian umat manusia saat ini sangat erat dengan perangkat yang bernama *gadget*, entah itu *handphone*, laptop, atau komputer. Hal tersebut juga beriringan dengan kebutuhan khalayak terhadap informasi, testimoni serta pengalaman terkait *gadget*. *Youtube* dan konten *gadget* hadir untuk mendukung para penonton yang menonton konten *gadget* agar dapat memenuhi kebutuhannya tentang *gadget*. Sejalan dengan penelitian Sumiko & Agus (2020) pembeli *gadget* menaruh kepercayaan pada rekomendasi dan afeksi produk yang direview pada *channel Youtube Gadgetin*.

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*, yang memiliki pengertian bahwa kuasa atau penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan diatur penuh oleh khalayak dalam menentukan media mana yang dipilih dan dikonsumsi isinya. Teori ini menjelaskan setiap individu memiliki tujuan ketika ingin melakukan kegiatan untuk pemenuhan kebutuhannya. Peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas guna menguji validitas dan reliabilitas instrument penelitian apakah sudah sesuai dan bisa diandalkan. Hasil yang didapatkan berdasarkan kuesioner uji coba

(pre test) kepada 30 responden untuk melihat hasil jawaban sebagai berikut:

**Table 1** Hasil pre-test uji validitas pada variabel X yaitu kualitas konten *channel youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram”

Var.X	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,609	0,361	Valid
2	0,691	0,361	Valid
3	0,575	0,361	Valid
4	0,575	0,361	Valid
5	0,596	0,361	Valid
6	0,603	0,361	Valid
7	0,709	0,361	Valid
8	0,624	0,361	Valid
9	0,633	0,361	Valid
10	0,627	0,361	Valid
11	0,706	0,361	Valid
12	0,633	0,361	Valid
13	0,626	0,361	Valid
14	0,673	0,361	Valid
15	0,722	0,361	Valid

**Sumber:** Olahan data pre-test penelitian

Peneliti menggunakan teknik *product-moment* dari *Pearson* pada variabel X untuk mendapatkan uji validitas yang valid, dan ditentukan 15 item yang valid. Hasil ini diturunkan dari nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Akibatnya, tidak ada perubahan yang diperlukan untuk setiap pernyataan dalam variabel X.

**Table 2** Hasil pre-test uji validitas pada variabel Y yaitu kepuasan *viewers* konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram”

Var.X	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,818	0,361	Valid
2	0,741	0,361	Valid
3	0,663	0,361	Valid
4	0,725	0,361	Valid
5	0,561	0,361	Valid
6	0,525	0,361	Valid
7	0,609	0,361	Valid
8	0,707	0,361	Valid
9	0,677	0,361	Valid
10	0,634	0,361	Valid
11	0,720	0,361	Valid
12	0,797	0,361	Valid
13	0,757	0,361	Valid
14	0,674	0,361	Valid
15	0,643	0,361	Valid

**Sumber:** Olahan data pre-test penelitian

Uji validitas dilakukan pada variabel Y dengan teknik *product-moment* *Pearson*, dan dinyatakan valid sebanyak 15 item. Hasil

ini diturunkan dari nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Akibatnya, tidak ada perubahan yang diperlukan untuk setiap pernyataan yang melibatkan variabel Y.

**Table 3** Hasil uji reliabilitas pada variabel X yaitu kualitas konten *channel youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram”.

Reliability Statistics	
Alpha	
Cronbach's	N of Items
.893	15

**Sumber:** Olahan data pre-test penelitian

Diperoleh hasil uji reliabilitas pada variabel X. Jumlah *N of items* (pertanyaan) = 15 dan hasil *Alpha Cronbach's* 0,893 yang artinya lebih tinggi dari koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel X adalah reliabel.

**Table 4** Hasil uji reliabilitas pada variabel Y yaitu kepuasan *viewers* konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram”

Reliability Statistics	
Alpha	
Cronbach's	N of Items
.918	15

**Sumber:** Olahan data pre-test penelitian

Diperoleh hasil uji reliabilitas pada variabel X. Jumlah *N of items* (pertanyaan) = 15 dan hasil *Alpha Cronbach's* 0,918 yang artinya lebih tinggi dari koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel Y adalah reliabel. Kemudian peneliti melakukan analisis regresi linear sederhana dengan pengolahan data melalui SPSS 25 dan mendapatkan hasil nilai constant<sup>a</sup> sebesar 9,349 dan nilai b pengaruh pada kualitas konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram” sebesar 0,841. Maka dapat disimpulkan

bahwa variabel X (variabel independen) terhadap variabel Y (variabel dependen) yaitu dengan variabel X mempunyai nilai 9,349 dan bersifat positif pada kualitas konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram”, serta pada variabel Y dengan nilai 0,841 apabila naik satu tingkat atau penambahan 1% terhadap nilai dependen maka nilai untuk kepuasan bertambah 0,841.

Kemudian peneliti melakukan uji koefisien korelasi dan mendapatkan nilai r-hitung sebesar 0,896 yang berarti terletak pada nilai hubungan pada rentang 0,80 – 1,000 menandakan terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel X (kualitas konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram” dengan variabel Y (kepuasan *viewers* konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram”). Lalu pada uji-t (hipotesis) mendapatkan nilai t-hitung sebesar 40,305 dan nilai t-tabel sebesar 1,95 dengan  $df = 400 - 2 = 398$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung melebihi nilai t-tabel, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_0$  ditolak dan hipotesis  $H_a$  diterima dalam penelitian ini. Dengan kata lain, hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara kualitas konten saluran YouTube Gadgetin dengan kehadiran media sosial mereka “saya coba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget*.”

Media baru atau new media merupakan sebuah media yang berbasis internet dalam penggunaannya. Media baru juga bisa dikatakan sebagai media yang sangat melekat dengan kehidupan manusia saat ini. Di dalam sebuah media baru, terdapat lagi bagian-bagian yang terbagi menjadi beberapa wadah dan salah satunya yaitu media sosial. Media sosial merupakan wadah atau sebagai alat bantu yang memungkinkan seseorang menyampaikan sebuah informasi atau berita kepada individu atau sekelompok individu untuk mencapai tujuan tertentu. Media sosial

memperlihatkan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Dalam penelitian ini, fokus penelitiannya adalah media sosial youtube dengan salah satu kontennya.

Banyak sekali konten tersedia di youtube yang berasal dari berbagai konten kreator, salah satunya adalah konten gadget. Konten gadget adalah sebuah konten yang isinya membahas tentang apa saja yang berkaitan dengan gadget. Banyak sekali konten kreator membuat konten tersebut dengan tema review gadget, unboxing gadget, atau berbagi informasi, testimoni, pengalaman, serta hiburan yang masih berkaitan dengan gadget. Kehidupan keseharian umat manusia saat ini sangat erat dengan perangkat yang bernama gadget, entah itu handphone, laptop, atau komputer. Hal tersebut juga beriringan dengan kebutuhan khalayak terhadap informasi, testimoni serta pengalaman terkait gadget. Youtube dan konten gadget hadir untuk mendukung para *viewers* yang menonton konten gadget agar dapat memenuhi kebutuhannya tentang gadget.

Channel youtube yang bernama “Gadgetin” dengan salah satu kontennya yang berjudul “saya nyoba belanja hp murah di instagram” membahas tentang gadget, khususnya tentang handphone yang dijual dengan harga sangat murah dibandingkan dengan harga aslinya. Konten tersebut menempati posisi kedua dengan jumlah views terbanyak di channel youtube Gadgetin dan posisi pertama dengan jumlah views terbanyak di youtube Indonesia yang membahas tentang handphone murah. Konten tersebut bisa menjadi acuan bagi khalayak yang ingin beli handphone supaya tetap berhati-hati agar tidak mudah tergiur ketika menemukan handphone yang dijual

dengan harga yang lebih miring dari harga aslinya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk menjadikan konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram” dari channel youtube Gadgetin sebagai objek penelitian dalam pemenuhan kebutuhan viewers konten gadget terkait handphone murah.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti tentukan dalam penelitian ini, yaitu “Adakah pengaruh konten channel youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan viewers konten gadget.” Dalam menjawab permasalahan pada penelitian ini, maka peneliti menerapkan analisis korelasi dan menghasilkan nilai korelasi ( $r$ ) sebesar 0,896. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan variabel Y sebesar 0,896. Hasil dari nilai hubungan tersebut mendeskripsikan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel X terhadap variabel Y. Kemudian peneliti menerapkan analisis Uji-T dalam menguji hipotesis. Berdasarkan data yang diperoleh dari analisis korelasi, nilai thitung yang diperoleh sebesar 40,305 dan nilai ttabel sebesar 1,95 dan taraf signifikannya  $0,000 < 0,05$ . Maka nilai thitung lebih besar daripada nilai ttabel pada taraf signifikan 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diuji dalam penelitian ini ditolak. Sebaliknya, hipotesis yang diuji dalam penelitian sebelumnya diterima, menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik antara kualitas konten saluran youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan viewers konten gadget. Tahap selanjutnya guna mencari seberapa besar pengaruh kualitas konten channel youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram”, peneliti menerapkan analisis koefisien determinasi dengan hasil besarnya pengaruh variabel X (konten) terhadap variabel Y (kepuasan)

sebesar 80,3% dan perolehan sisa sebesar 19,7% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratification dan jika dikaitkan dengan hasil dalam penelitian ini maka dapat dilihat bahwa konten youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” mampu memberikan pengaruh kepada para viewers konten gadget dalam pemenuhan kebutuhannya yang dapat berkaitan dengan kepuasan viewers. Teori uses and gratification memiliki pengertian kuasa atau penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan diatur penuh oleh khalayak dalam menentukan media yang dipilih dan dikonsumsi isinya. Teori ini menjelaskan setiap individu memiliki tujuan ketika ingin melakukan kegiatan untuk pemenuhan kebutuhannya. Salah satunya yaitu dalam memilih media dan mengkonsumsi isi media. Khalayak dalam teori ini cenderung heterogen dan anonim, artinya khalayak tidak mengenal khalayak lainnya dan komunikator juga tidak mengenal khalayaknya. Dua hal tersebut dihubungkan menggunakan sebuah media yang dipilih dan dikonsumsi isinya. Reaksi atau respon khalayak timbul karena pengaruh dari hasil selektif terhadap media dan isinya dalam tujuannya untuk pemenuhan kebutuhan serta dapat mencerminkan sebuah kepuasan.

Kepuasan merupakan gambaran perasaan seseorang sebagai bentuk pernyataan sikap yang asalnya dari perbandingan antara harapan seseorang terhadap kinerja dengan hasil produk yang diberikan. Tingkat perasaan atau kepuasan konsumen dalam menilai suatu hal secara evaluatif yaitu dengan menciptakan reaksi afektif (perasaan) untuk menggambarkan pernyataan sikap atas harapan dan realita

yang didapatkan setelah mengonsumsi suatu produk.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada kuesioner variabel X ( $X_1 - X_{15}$ ) jika dikaitkan dengan teori yang diterapkan dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa terdapat tujuan dalam setiap individu ketika ingin melakukan kegiatan untuk pemenuhan kebutuhannya, yaitu dalam memilih media dan mengonsumsi isi media tersebut. Dalam penelitian ini, khalayak memilih media baru (media sosial: youtube) dan isi media (konten channel youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram”) dengan tujuan mengacu pada kuesioner variabel X yang mengarah pada keinginan memenuhi kebutuhan dari segi informasi, identitas diri, interaksi sosial dan hiburan. Hasil kuesioner yang diperoleh didominasi dengan jawaban “sangat setuju”, maka dapat dikatakan bahwa para viewers konten gadget memiliki tujuan dalam menentukan youtube dan konten channel youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” sebagai objek dalam pemenuhan kebutuhannya terkait handphone murah dari segi informasi, identitas diri, interaksi sosial dan hiburan.

Kemudian berdasarkan hasil dari pengolahan data pada kuesioner variabel Y ( $Y_1 - Y_{15}$ ) jika dikaitkan dengan teori yang diterapkan dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas konten atas timbulnya reaksi afektif (perasaan) yang mengindikasikan kepuasan pada setiap viewers terhadap konten Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” karena mampu berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan viewers terkait handphone murah dari segi informasi, identitas diri, interaksi sosial dan hiburan. Hasil kuesioner yang diperoleh didominasi dengan jawaban “sangat setuju”, maka dapat dikatakan bahwa para viewers konten gadget dapat memenuhi kebutuhannya terkait dengan

handphone murah dari segi informasi, identitas diri, interaksi sosial dan hiburan dengan menonton konten channel Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” .

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner kedua variabel dan melakukan analisis data, maka dapat dikatakan bahwa kualitas konten channel youtube Gadgetin “saya nyoba belanja hp murah di instagram” dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan viewers konten gadget dalam pemenuhan kebutuhannya terkait handphone murah. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan kualitas konten channel youtube Gadgetin terhadap kepuasan viewers konten gadget.

#### **IV. PENUTUP**

Berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian ini yang telah disusun pada bab 1, yaitu “Adakah pengaruh konten *channel youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget*?” dan “Seberapa besar pengaruh konten *channel youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget*?”, dengan merujuk pada pembahasan hasil penelitian di bab 4, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel X terhadap variabel Y, artinya terdapat pengaruh pada konten *youtube Gadgetin* “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget* dalam pemenuhan kebutuhannya dari segi informasi, identitas diri, interaksi sosial dan hiburan terkait

*handphone* murah serta supaya berhati-hati agar tidak mudah tergiur.

Hal ini diketahui melalui uji korelasi, yang menunjukkan nilai hubungan (*r*-hitung) sebesar 0,896 dan tingkat signifikan secara statistik sebesar 0,000 0,05. Dengan demikian terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat, dengan variabel bebas (*X*) memiliki pengaruh sebesar 80,3% terhadap variabel terikat (*Y*) sebagai akibat dari variabel bebas (*X*). Hasil tersebut diperoleh berdasarkan hasil koefisien determinasi.

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan batasan masalah yang sudah ditentukan oleh peneliti, yaitu peneliti hanya mencari adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh pada “kualitas konten *channel youtube Gadgetin* yang berjudul “saya nyoba belanja hp murah di instagram” terhadap kepuasan *viewers* konten *gadget* yang pernah menonton konten “saya nyoba belanja hp murah di instagram” dengan ketentuan responden berusia 15-35 tahun.

## Daftar Pustaka

- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Luviani, A., & Delliana, S. (2020). Pengaruh Terpaan Tayangan Animasi Nussa Official (Cuci Tangan Yuk) Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Anak. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 44–50. Retrieved from <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3726>
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Bandung: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian dan Pengembangan: Research and Development*. Bandung: Alfabeta.

- Sumiko, D. I., & Agus, A. A. (2020). The Effect of Product Recommendation in Youtube to Consumer Impulsive Buying of Smartphone Product. 2020 3rd International Conference on Computer and Informatics Engineering, IC2IE 2020, 206–211. <https://doi.org/10.1109/IC2IE50715.2020.9274622>